

2011  
Vol. 4 Nº 2



**UNIVERSIDAD**  
**EAFIT**  
Abierta al mundo  
ISSN: 2027-2340

# Revista de Negocios Internacionales

DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Leonardo Holguín Muñoz

La India, un mercado atractivo para exportaciones colombianas altamente segmentadas

Revista de Negocios Internacionales. Vol. 4 Nº 2 - Julio - Diciembre 2011 - Pp. 91 - 110

# La India, un mercado atractivo para exportaciones colombianas altamente segmentadas

LEONARDO HOLGUÍN MUÑOZ<sup>1</sup>

RECIBIDO: 11/07/2011

ACEPTADO: 22/08/2011

## Resumen

El artículo inicia con un antecedente obligado sobre comercio, creando así el marco referencial sobre la negociación internacional para presentar la trascendencia de la India en el contexto de los negocios internacionales tomando características generales para comprender su posición geoestratégica actual y con prospectiva reconocer oportunidades comerciales bilaterales con base en los registros históricos de comercio y ofrecer criterios para el fortalecimiento de las políticas de internacionalización de algunos sectores de la economía nacional a la luz de la relación entre necesidad de abastecer nuevos mercados y acceder a recursos energéticos vitales para mantener la senda actual de desarrollo.

## Palabras claves

India, Colombia, comercio bilateral, perspectivas comerciales.

## Abstract

This paper is about the increasing importance of India in the context of the international business and starts by a preliminary review of its historical commercial agenda and the highest indicators related to trading. This leads to an understanding and interpretation of India geostrategic current position to determine the

---

1 Leonardo Holguín Muñoz; [leonardo.holguin@ean.edu.co](mailto:leonardo.holguin@ean.edu.co)

Estudiante del MBA del Edinburgh Business School de la Heriott-Watt University. Integrante del Grupo de Investigación: Entorno Económico de las Organizaciones y Docente Asistente de la Facultad de Estudios a Distancia de la Universidad EAN. Profesional en Comercio Internacional de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, con Postgrado en Docencia Universitaria y amplia formación en procesos de educación superior a distancia.

market framework in order to recognize the opportunities for the establishment of an integration process between India and Colombia based on the historical records of trade. Business perspectives are considered regarding the need to supply markets and the access to energetic vital resources to support the current path of development in our country.

## Key Words

India, Colombia, Bilateral agreements, Commercial perspectives.

## Introducción

La dinámica de los acuerdos comerciales ha marcado históricamente y de forma positiva el desarrollo económico de las naciones. Las agendas comerciales de los países reflejan un creciente interés por la negociación, en donde signatarios o no a los principios del acuerdo de comercio más importante conocido como el General Agreement On Tariff And Trade<sup>2</sup> (GATT de 1947), demuestran estar atentos y observan oportunidades para ofrecer sus productos, dentro de los pocos espacios que dejan los acuerdos ya adelantados por países competidores. La búsqueda de mercados mediante la firma de acuerdos se explica también por la necesidad de asegurar el abastecimiento de recursos naturales base para la evolución de la industria, especialmente por la escases potencial de los más importantes recursos energéticos no renovables y el lento desarrollo o limitado acceso a la tecnología industrial no intensiva en el uso de petróleo, carbón y otros minerales, que por sus altos niveles de contaminación, contravienen las nacientes políticas sobre sostenibilidad y sustentabilidad y terminan por agregar más elementos a la ecuación de necesidades para la formalización de relaciones comerciales desde una visión sistémica y holística del ser humano y su entorno.

En este orden de ideas, las negociaciones entre países representan para los estados-nación de nuestro tiempo un elemento fundamental de su política económica y comercial, pero de igual manera se constituye en la oportunidad para la apropiación de una visión global frente a problemas imposibles de particularizar por su dimensión, sin que se desestime el comercio como factor de desarrollo en cada región del mundo y para las sociedades que las habitan.

Por lo anterior este documento contribuye a la divulgación de las oportunidades comerciales observables por fuera de nuestras fronteras naturales, tomando distintas referencias entre las que se resaltan principalmente los informes del Consejo Superior de Comercio Exterior (CSCE); los cuales mediante determinados

cálculos, focalizan y organizan los destinos de una agenda comercial para nuestras exportaciones e hilvanar con esta agenda la posibilidad de una relación comercial de largo plazo con países geoestratégicos.

Reconocidos los países señalados por la agenda del CSCE y ante la intención de profundizar de manera específica sobre alguno de los países de la agenda para exaltar el espíritu emprendedor y/o las estrategias empresariales hacia mercados estratégicos y propiciar reflexiones sobre los mercados a explorar en los presupuestos de marketing de las empresas nacionales, se selecciona para este análisis a la India, no por la prioridad determinada en la agenda misma; de la cual bien podría haberse tomado a Panamá, quien como resultado del cálculo matemático alcanzó el primer lugar, ni tampoco surge exclusivamente por las características derivadas por el tamaño y volumen de la India solamente. En realidad la selección de la India se hace por la necesidad de encontrar un mercado más amplio y especializado en el consumo de bienes con alto valor agregado para sectores productivos actualmente en crecimiento en Colombia. Esta visión comercial acerca de la India; es apenas natural, no solo desde la perspectiva de los mercados en competencia sino por la necesidad de canales, para que como el agua busca su rumbo, nuestras empresas encaucen su crecimiento a partir de la atención de mercados especializados, buscando así la curva de aprendizaje necesaria para hacer evolucionar positivamente su oferta de valor sobre la base de seguimiento realizado a los registros históricos de comercio entre las dos naciones.

Comprendida; aunque de forma empírica, la importancia de los acuerdos comerciales se exponen desde diferentes ópticas el peso de la India dentro de la economía global para finalmente comparar los flujos de comercio de Colombia a la India, habiendo para ello verificado bases de datos<sup>3</sup> de ambas naciones a fin de revisar, sin la influencia de los productos con volúmenes fuera de serie como el carbón y el níquel, el volumen de comercio de productos no tradicionales. El análisis presenta una visión sobre la base de registros desde 1991 hasta el 2009 y resalta el esfuerzo emprendedor de varias industrias sobre las cuales habrá necesidad de posteriores investigaciones para reconocer la razón o el punto de encuentro entre la oferta nacional y la razón de la preferencia de los consumidores de la India por nuestros productos

Antecedentes acerca de la agenda de comercio más reconocida en el mundo

Finalizada la segunda guerra mundial, las naciones observan un oscuro panorama económico, invadido de obstáculos al comercio; todos ellos soportados en filosofías diversas y argumentos “sustentados” con diferentes premisas políticas.

Entre los obstáculos más reconocidos se pueden distinguir los de tipo comercial, técnico, político, cambiario y en algunos casos de tipo étnico. La situación representó tal reto y desafío para la Organización de la Naciones Unidas como para adelantar planes para afrontar la crisis de una nueva generación lista para trabajar pero sin la suficiente oferta de empleos para absorber de manera eficiente su talento. Como respuesta en 1947, representantes de: Australia, Reino de Bélgica, Birmania, Estados Unidos del Brasil, Canadá, Ceilán, República de Cuba, República Checoslovaca, República de Chile, República de China, Estados Unidos de América, República Francesa, India, Líbano, Gran Ducado de Luxemburgo, Reino de Noruega, Nueva Zelandia, Reino de los Países Bajos, Paquistán, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, Rhodesia del Sur, Siria y Unión Sudafricana promueven el desarrollo del comercio internacional como herramienta de choque ante la incipiente dinámica económica global y el desempleo. En ese año en La Habana, Cuba, convienen el surgimiento de un acuerdo sobre el cual se impulse la economía mundial, en especial orientándose al consumo como elemento multiplicador de la oferta hacia la mayor cobertura de empleo posible que permita incrementar el porcentaje de la población empleada posible de cada nación, con ingresos reales suficientes para atender una demanda efectiva y creciente. La estrategia marcharía sobre la perspectiva de las fuerzas del mercado; y en el marco del sistema económico capitalista, impulsar la producción mundial para maximizar el uso de los recursos naturales de los países miembro y distribuir aquellos recursos por la fuerza del mercado mismo pero dentro del marco de la no discriminación, la reciprocidad y de mutuas ventajas, con reducción concertada de los aranceles aduaneros y demás barreras al libre comercio, concedidas para lograr estimular entre todos el resurgimiento de la producción de cada nación.

Sobre estas bases, los acuerdos de carácter económico y comercial reconocen la filosofía de la interdependencia entre las naciones; es decir entre las sociedades humanas, para resolver una mutua necesidad por mantener económicamente activos a sus ciudadanos, atendiendo conjuntamente la problemática de escases mundial de la época, mediante negociaciones o transacciones de productos ya reconocidos mundialmente, en el marco de la visión sistémica de armonizar el reconocimiento de mercancías sin distinguir idioma, husos horarios, unidades de medida etc. para hacer viable el proceso logístico y aduanero de un mismo producto en cualquier nación y promover el comercio.

Esta voluntad expresada y negociada desde el GATT y luego contenida dentro de los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha visto como a la par de una, aunque lenta pero constante desgravación de tarifas arancelarias, proliferan en el ambiente mundial medidas y restricciones al libre comercio, basa-

das en interpretaciones propias del sistema económico, político, social o cultural que los conforma y auspiciadas por la incertidumbre propia de las fluctuaciones de las fuerzas del mercado. Esta situación persiste por la prevalencia de aquellos argumentos-base de la prosperidad; en el marco de una visión particular; no sistémica ni holística del mundo, surgida desde los reconocidos estados-nación de la edad media, sin que a dicha figura de organización social se le hayan observado cambios de transformación radical en su evolución pero que continúan siendo movidas por intereses y fuerzas internas más complejas que son ajenas al alcance de este artículo pero seguramente fuente de análisis y reflexiones para explicar los acontecimientos globales de hoy. Sin embargo cabe anotar; a la luz del sistema económico que predomina hoy en el mundo, que esta lenta evolución de los estados-nación ha propiciado cambios en la “confianza”, elemento vital de las denominadas fuerzas del mercado y también en la “libre negociación” como elemento dinamizador de las sociedades humanas para el uso de los recursos por un lado distribuidos geográficamente de forma diversa y por otro cada vez más escasos

## Elementos que señalan nuevamente una ruta hacia la India

Afortunadamente o no; descubiertos por accidente hace más de 500 años, volvemos a escuchar acerca de la ruta hacia la India. En esta ocasión sin embargo; los misterios del mar no serán los que elijan nuestro destino; pero ante las evidencias históricas y para evitar dejar algo que cambie nuestro rumbo al azar será necesario realizar análisis al interior de nuestros sectores y adelantar gestiones sobre dichos estudios para fortalecer la productividad de cara a la participación en acuerdos de integración y permitir para dicha industria el desarrollo de su talento en la producción de bienes y servicios asociados a productos de alto valor agregado, con la visión de jalonar procesos de innovación, ciencia y tecnología, aplicados en un mundo que no prescindirá de ellos sino que hoy son muestra precisamente de su desarrollo, como lo es para la India..

En la búsqueda de estudios sobre la India, se encontró información de fuentes diversas; desde las de tipo oficial, en la embajada que tiene la India en Bogotá, la Cámara Colombia India de Comercio e Industria, bibliotecas públicas y fuentes virtuales usando los catálogos bibliotecarios de universidades y del sistema de bibliotecas local; muy robusto por cierto y denominado “Metabiblioteca”. La gran mayoría enfoca sus párrafos hacia la interesante y milenaria cultura de la sociedad india, atributos que por sus virtudes son el centro tanto de las miradas hacia la India como de su desestimación comercial a causa de su complejidad. La visión sobre la India toma como base las interpretaciones revisadas inicialmente

desde una visión muy amplia que incluye a China realizada por (Engardio, 2008) y una específica sobre India descrita por (Martín, 2009). En el mismo año pero con perspectiva de Asia- Pacífico la de (Fuentes, y otros, 2009) plantea observar a esta nación como destino comercial de Colombia. Esta idea general se corrobora con fuentes externas más recientes como la señalada en el documento de (Deloitte - FICCI theme paper , 2010) y la que fuera encargada a la Misión de Política Exterior de Colombia (Bell, y otros, 2010) permitiendo una visión general de negocios hacia la India, en donde las estrategias y las agendas comerciales de países competidores directos de Colombia; como Chile<sup>4</sup>, ya han avanzado al alcanzar acuerdos de entendimiento sobre energía, espacio aéreo, educación, geología y recursos minerales así como acuerdo de preferencias arancelarias que rige desde agosto de 2007. Adicionalmente países competidores en la región como Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay (países signatarios del MERCOSUR<sup>5</sup>) desde junio del año pasado disfrutan del acuerdo de preferencias arancelarias que permite entre este bloque y la India asegurar en primera instancia el acceso con reducción de impuestos arancelarios a los productos negociados y trabajar por alcanzar un área de libre comercio. El boom Indio de sus desarrollos tecnológicos, su prodigiosa curva de crecimiento económico y su crecimiento demográfico, su importancia en el desarrollo de software y sus bajos costos de mano de obra altamente calificada ofrecen razones para considerar a la India por encima de otras naciones. Por lo anterior reconocer una ruta hacia la India, está en línea con la identificación de un mercado para nuestra industria, de la cual existen cifras interesantes de crecimiento pero que requieren del consumidor especializado para continuar su brecha de aprendizaje en un proceso del cual es clave la inserción en mercados no solo por sus naturales rentabilidades económicas sino como fuente de información primaria y a su vez dinamizadora del desarrollo del saber y de la técnica. Las apreciaciones y sustentaciones sobre la elección de un país pueden venir de diferentes perspectivas todas ellas justificables, sin embargo al tomar como punto de partida la agenda que describe las oportunidades reconocidas para cerca de 20 países por (Consejo Superior de Comercio Exterior de Colombia, 2009) sin duda facilita la interpretación de mercados potenciales por el amplio espectro de la variables analizadas y permite desde su base las reflexiones que aquí se presentan

---

4 Comunicado de prensa, información tomada el 02 de Noviembre de 2010 del sitio web oficial del departamento de comercio de la India, quien depende del Ministerio de Comercio e Industria del Gobierno de India: [http://commerce.nic.in/trade/international\\_ta.asp?id=2&trade=i](http://commerce.nic.in/trade/international_ta.asp?id=2&trade=i)

5 Acuerdo de Integración económica de los países del cono sur arriba mencionados bajo el grado de mercado común.

y muy seguramente aquellas que en forma posterior se podrán interpretar y que detallarán con prospectiva su aplicación empresarial y/o emprendedora, pues seleccionar a la India, requiere revisar varios detalle antes de incluirla como parte de un plan de internacionalización como mercado potencial natural de varios de nuestros competidores.

La India, un perfil negociador tan diverso como su cultura

Las referencias de la India, la relacionan con una actitud sobresaliente en el campo de la negociación en especial por su activa participación en acuerdos de importancia mundial, como el de los “Países no Alineados<sup>6</sup>” durante la guerra fría, buscando la creación del espacio de liderazgo necesario en medio de la puja por el dominio político entre el comunismo y la democracia al ser India una nación multicultural. Es de resaltar su colaboración como uno de los países fundadores del GATT y por ende de la actual Organización Mundial del Comercio. A su vez participa en instituciones internacionales como el Banco Asiático de Desarrollo, el SAARC<sup>7</sup>, G8+5<sup>8</sup>, G20<sup>9</sup>, el East Asia Summit y su liderazgo en procesos de paz desde su posición en la organización de las naciones unidas (ONU). Su presencia en los escenarios multilaterales es evidente y por su tamaño geográfico y poblacional se presenta ante otras naciones con un importante nivel para negociar, al punto de ser reconocido por observadores externos como parte del BRIC<sup>10</sup>. Su crecimiento, medido con base en el PIB, muestra índices altos de su productividad, en donde aunque con reducciones que representan una desaceleración económica, no dejan de ser indicadores muy positivos en comparación del crecimiento general de las naciones. Los principales sectores que aportaron a esta desaceleración fueron

---

6 Organización internacional de tipo político interesada en una agenda sin tener como centro la política de los Estados Unidos.

7 Asociación para la Cooperación Regional del Sur de Asia fundada el 08/12/1985

8 El G8+5 se conformó en el 2005 cuando se creó un grupo más representativo en el marco de las deliberaciones de la Ronda de Doha, y para lograr una mayor cooperación ante los problemas del cambio climático

9 Foro de cooperación y consultas entre los países en temas relacionados con el sistema financiero internacional. Estudia, revisa y promueve discusiones sobre temas relacionados con los países industrializados y las economías emergentes de forma de mantener la estabilidad financiera internacional

10 Brasil, Rusia, India y China, Denominados “BRIC” por Jim O’Neill de Goldman Sachs al observar que representan el mayor poder de negociación en tanto poseen la mayor parte del territorio mundial, una densidad poblacional alta y por ende de acceso a recursos para mantener sus planes de desarrollo futuros se presentan hoy como potencias al escenario mundial del 2050.



el sector agrícola, la industria, las manufacturas y la construcción. Sin embargo el sector de servicios ha apalancado el buen desempeño en sectores como los transportes y la tele-comunicación, pero cabe resaltar el significativo aporte al PIB desde la producción de software, aspecto clave para el desarrollo común de la estrategia comercial entre ambas naciones.

Más allá del efectivo desarrollo de su estructura productiva y los indicadores del incremento de sus ingresos per cápita, es clara la posición de la India dentro de las agendas comerciales de las naciones; con diversas prioridades pero sin duda bajo observación por las oportunidades que se puedan derivar en un ambiente formalizado mediante un acuerdo comercial de largo plazo, en donde al conseguir beneficios arancelarios se puedan apalancar comparativamente escenarios de comercio y espacios de diálogo con la India.

### **Elementos a considerar, acerca de los negocios con la India**

Llegados a este punto es necesario presentar indicadores acerca de la India, en donde se aclaren las oportunidades sectoriales entre ambas naciones; así que para no hacer más extensa la espera, es necesario; antes de comenzar, sugerir que dichas precisiones sectoriales sean complementadas con los servicios calificados de un consultor profesional, de manera tal que el proceso de internacionalización a realizar de forma particular sea principalmente conforme a la estructura actual de su sector y/o organización y en especial a la orientación registrada en su misión, visión y política de calidad organizacional.

Para presentar esta información se ha separado aquello que puede ser interesante y práctico a empresarios y emprendedores, bajo una perspectiva general sin quitar aquello que permita dimensionar las oportunidades comerciales en el largo plazo. De otro lado es importante aclarar que se explican de manera sencilla aquellos aspectos de tipo económico y académico para reforzar los análisis que demuestran oportunidades representativas hacia la India, con el objetivo de fomentar la discusión intra-empresarial en diferentes públicos fortalecer así las afinidades con este importante referente de comercio mundial.

Aspectos prácticos, de interés a empresarios y emprendedores.

Uno de los factores visibles de la India, más reconocidos por quienes hacen negocios y que le confieren hoy su importancia geoestratégica es su tamaño, del cual se derivan y consideran datos como los que se detallan en la tabla No.3 y que sirven de carta de presentación a quienes entre sus opciones de crecimiento ven en la India una oportunidad dentro del abanico de naciones.

TABLA NO.1 <sup>11</sup>	
Superficie geográfica	3.287.263 Km <sup>2</sup> g
Habitantes <sup>12</sup>	1.028. millones de habitantes (1.165 millones*)
	Mujeres: 496.4 millones
	Hombres: 532.1 millones
Alfabetismo	General: 64.84%
	Mujeres: 53.67%
	Hombres: 75.26%
	Estado con mayor tasa: Kerala 90.86%
Crecimiento económico	Los últimos 10 años su tasa ha sido de 6.5%
Ingresos	PIB por persona USD2.932,49*
Actitud Comercial	De importación -USD118.401 Millones*

\* Oficina de Estudios Económicos MCIT de Colombia – Datos 2009- Tomado de su página web  
 Noviembre de 2010

De la Tabla No.1, se pueden estimar oportunidades de negocios solamente al vislumbrar el número potencial de compradores en un mercado de 1.028 millones de personas, ya sea dirigiendo estrategias de mercadeo a mujeres u hombres en los crecientes estratos de ingreso medio. Esto sin olvidar la oportunidad o el desafío que represente distribuir en India, analizando por separado la logística internacional de la local; particularmente necesaria desde la perspectiva de su producto hacia este nuevo destino. Eso sí, es importante tener en cuenta que la población de la India representa el 16% de la población mundial y su territorio el 2% de la superficie de la tierra siendo así la 7ª nación más grande del mundo. Así que estos elementos deben representar de igual manera una dedicación especial para analizar el ¿cómo? y a ¿quién? se ofrecerán productos o servicios previamente. Con estos datos no es posible aventurarse a lanzar un plan de corto plazo, sino mejor aún debe ofrecer al sector empresarial y emprendedores en general un panorama más amplio para organizar una estrategia de largo plazo, dentro de la cual se contemple el crecimiento de India, en una magnitud pronosticada a superar a China en número de habitantes para el 2016, con los correspondientes incrementos en sus componentes de alfabetización, ingresos per-cápita y desarrollo al interior de sus estados; como el de Kerala, el cual mantiene actualmente uno de los índices de desarrollo más sobresalientes de la India.

11 Datos tomados en Octubre de 2010: Know India 2010 india.gov.in. Tabla elaborada por el autor.

12 Censo realizado entre el 9-28 de febrero 2001, y oficializado desde el 1 de marzo de este mismo año.

## Aspectos económicos generales

La ausencia de comprensión entre lo que dicen los economistas y el público empresarial, se explica por el uso de complejos modelos por parte de los economistas, quienes buscando reconocer comportamientos para interpretar el entorno, simplifican las condiciones de la realidad o aíslan algunas variables de aquello que es irrelevante para explicar por ejemplo si un producto determinado tiene oportunidad de ingresar a un mercado, bajo algunas condiciones especiales. Es en esto último en donde coinciden los emprendedores y empresarios con los economistas, pues requieren sustentar sus inversiones y esfuerzos bajo parámetros que garanticen ir en el camino correcto, por ejemplo al pensar en realizar un proceso gradual de internacionalización hacia la India.

Dentro de los modelos utilizados por los economistas para reconocer potenciales acuerdos nacionales y definir una agenda comercial se tienen en cuenta datos como:

### Distancia entre ciudades capitales<sup>13</sup>

TABLA NO.2				
Capital de Colombia	Bogotá D.C.	Distancia 15.199,65 km	Capital de India	Nueva Delhi
Latitud Norte	4:36	9.444,62 Millas	Latitud Norte	28:40
Longitud Oeste	74:05	8.207.15 Millas N	Longitud Este	77:14

### Idioma, Moneda, inflación y desempleo

TABLA NO.3				
País	Colombia		País	República de India
Lengua	Español		Lengua	Hindi <sup>14</sup> – Ingles*
Pesos por unidad de Rupia	Col\$37,50		Rupia por unidad de Peso	Rup\$0,02
Moneda	Peso		Moneda	Rupia
Inflación	2,25 Agosto/10		Inflación	14,9 <sup>15</sup>
Desempleo	12,6 <sup>16</sup>		Desempleo	12

13 Distancias calculadas en forma directa o para trayecto en avión – Kevintour.com Octubre de 2010

14 Existen en la India dos idiomas oficiales; el Hindi y el Inglés para negocios y la política. Su naturaleza multicultural protege el uso de otros idiomas y/o dialectos como: Assamese, Bengali, Bodo, Dogri, Gujarati, Kannada, Kashmiri, Konkani, Maithili, Malayalam, Manipuri, Marathi, Nepali, Oriya, Punjabi, Sanscrit, Santhali, Sindhi, Tamil, Telugu, y Urdu.

15 Srivastava, M. (July de 2010). India: Inflation Roars. Bloomberg Markets , 16.

16 Fuente DANE: DANE.gov.co Mercado Laboral Julio de 2010 – Síntesis Estadística Semanal

Estos datos permiten interpretar aspectos generales para los negocios, sin embargo el identificar preliminarmente la relación costo-beneficio a causa de la distancia entre la India y Colombia se puede reconocer que el mercado Indio será viable solo para productos con una estructura de costos competitiva y un valor agregado representativo, de tal forma que se compensen o se sobrepasen los costos por unidad de producto o servicio con valores agregados altos. De otro lado al observar sus monedas se debe considerar una relación de intercambio basada en una divisa, facilitándose así el pago. En lo correspondiente a la comunicación deberá usarse el inglés por ser la lengua de negocios oficial ante el sin número de dialectos que coexisten en esta multicultural nación. Las tasas de inflación y desempleo en la actualidad requieren una detallada revisión y estudios si de dirigir una oferta de valor para un nicho de mercado se trata. Por sector se deberán realizar estudios más profundos sobre oferta y demanda para sobre sus resultados sentar las políticas de inserción al mercado de la India, razón por la cual se reitera la necesidad de profundizar de manera particular sobre estos aspectos por separado.

Vistazo a la historia de las relaciones bilaterales entre la India y Colombia.

La inexistencia de una historia cultural común, es algo que muy frecuentemente asumimos de forma inconsciente pasando por alto las posibles afinidades que alrededor de las organizaciones sociales básicas como la familia, la riqueza en biodiversidad y la protección a nuestros indígenas se pueden encontrar en nuestras sociedades y por ellas o desde sus bases fortalecer comenzando en la raíz sobre las concepciones que fundarían una comprensión cultural alrededor de los temas comerciales (Fuentes, y otros, 2009, págs. 221 - 224). El desconocimiento acerca de lo que nos une sumado a las diferencias de volumen de comercio y a las diferencias demográficas, forjan una imagen implícita de “dificultad” acerca del comercio con India, pero finalmente por descubrir e integrar en un solo plano del panorama si de construir una relación para un nuevo escenario se trata, en procura de profundizar las relaciones y favorecer el desarrollo mutuo de los pueblos, mediante la inversión, la cooperación y el desarrollo. Esta relación se ha venido gestando desde 1959<sup>17</sup> cuando oficialmente se inició al establecimiento de protocolos de comunicación para permitir; con la trascendencia necesaria, la interlocución de intereses mutuos, aunque sin compromisos profundos pero con intereses muy reales en donde las problemáticas ahora globales; como el terrorismo y la presión de los tentáculos internacionales del narcotráfico, requieren agendas conjuntas de cooperación y seguridad pero que habrán seguramente de transformarse rápidamente hacia el escenario económico binacional para bien de los intereses mutuos en el uso del comercio para impulsar el crecimiento.

## Comparando las ventas y las compras entre India y Colombia

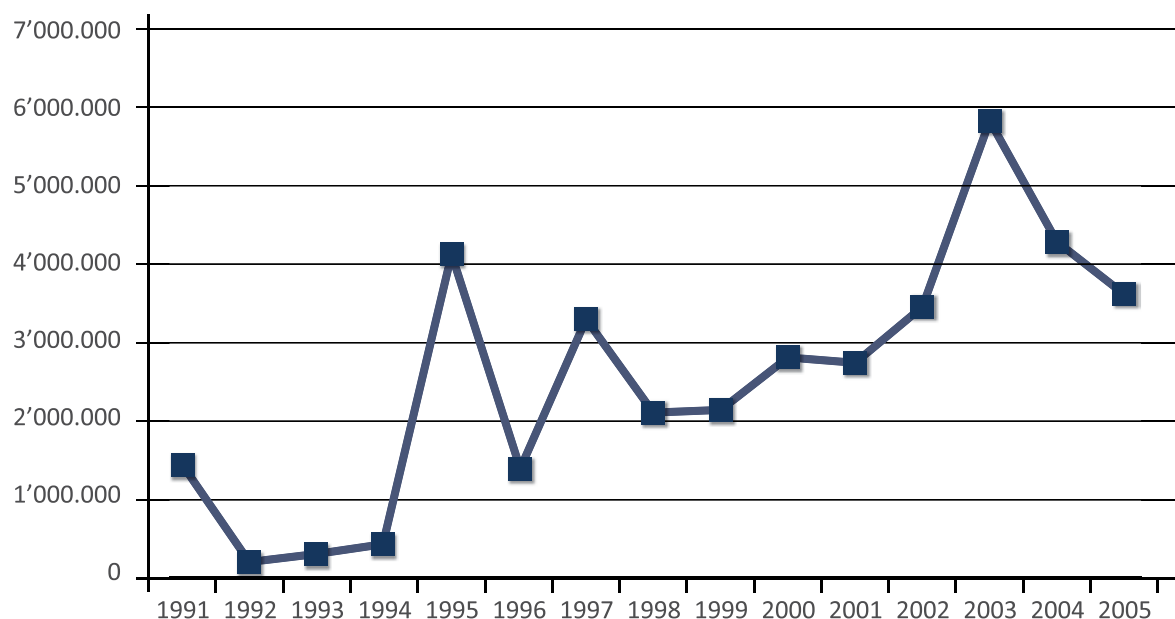
Al profundizar en los flujos de comercio bilateral, se hizo necesario este espacio aparte para mostrar de manera detallada las compras de la India a Colombia como complemento de aquellos aspectos prácticos propios para quienes ven en India un terreno fértil al empresarismo y/o el emprendimiento. Se presentan a continuación los comportamientos económicos a la luz de los flujos de comercio, con especial interés por los productos no tradicionales, de los cuales por mostrar registros de exportación continuos se eligieron: las esmeraldas, demás productos de la industria agropecuaria, productos de la industria editorial, jabones, cosméticos, los demás de la industria liviana, de la industria metalúrgicas, de la industria química básica, maquinaria y equipo. Cabe advertir; que los productos de dichas industrias serán la referencia general y ante la necesidad de incluir alguno se mencionará de forma expresa. Adicionalmente al comparar el comercio entre India y Colombia, no se han tenido en cuenta las magnitudes de comercio sino las tendencias del mismo por las diferencias naturales propias del tamaño del mercado de la India, para servir a los propósitos de reconocer la oferta que hoy sirve de plataforma de los productos de Colombia al mercado de la India específicamente. De Colombia hacia la India 1991 - 2009<sup>18</sup>

Al observar la gráfica No.1, sobre el comercio entre India y Colombia, resulta evidente una fuerte caída en la dinámica importadora de los productos de las industrias tomadas para este artículo durante el periodo de 1995-1998 en donde decaen las compras de productos que venían con una tendencia prometedora previa, afectando los esfuerzos de empresas que venden productos de la industria: agropecuaria (los demás), de la editorial, de jabones, cosméticos y otros, de metalúrgicas y de maquinaria y equipo. Para el periodo comprendido entre el 2006 y hasta el 2009 la tendencia muestra igualmente fuertes cambios razón por la cual se separan las gráficas de estos periodos.

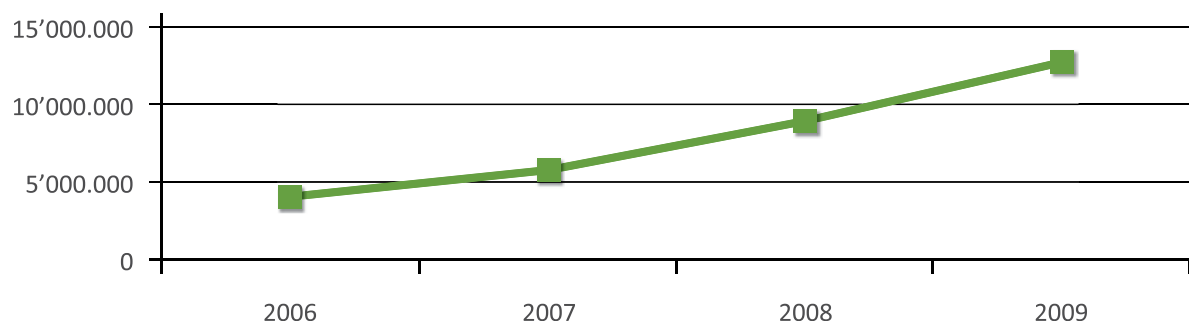
---

18 Las cifras de exportación para este análisis preliminar, fueron tomadas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. La base de datos incluye datos desde 1991 hasta 2009 de todas las industrias. De esta base fueron excluidos los valores registrados para productos primarios con la intención de centrar las apreciaciones exclusivamente en los productos no tradicionales y que incluyen los agroindustriales, de la industria liviana, de la industria básica y de Maquinaria y Equipo. De igual forma se excluyeron exportaciones esporádicas y con magnitudes extraordinarias como la presentada en el año de 1994 al registrarse exportaciones en la franja de agroindustriales por US\$16.367.823,00.

## EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA LA INDIA 1991 - 2005



## 2006 - 2009



Datos: MCIT: Periodo: ENE-DIC de 1991-2009; Fecha Proceso:05/mar/2010<sup>19</sup>

Para el periodo 2006-2009, se observa una mejoría importante de las ventas a la India. La pendiente de la curva se torna positiva no solo por las ventas de las industrias anteriormente mencionadas sino que se dinamiza por la participación de otros productos como aquellos de las industrias: del plástico, textiles, confecciones, el papel y la industria automotriz, pero de manera excepcional en el 2009 por productos: agroindustriales, de la industria Liviana y de la industria básica, haciendo que la tendencia en este año resalte el progreso del comercio a esta nación.

A este punto es necesario reiterar que desde el punto de vista de las cifras como desde la tendencia de la curva de los sectores participantes podrían ser insignificantes las interpretaciones, sin embargo a la luz de la tendencia de crecimiento, se hacen visibles los esfuerzos principalmente del sector industrial. Esta consideración vale para reconocer el crecimiento de nuestra industria de valor agregado. En consecuencia, la industria nacional muestra para este periodo de 1991 – 2009, aunque dividido por las caídas entre el 1995 y 1998 el desarrollo de importantes esfuerzos empresariales al margen de acuerdos comerciales o de procesos de integración gubernamental, obstáculos naturales, de tipo operativo y de otros que sobrepasan los alcances de este artículo pero que de alguna forma explicarían la perseverancia de quienes venden en la India productos de Colombia, sin que se pueda inferir las razones por medio de las cuales se pueda interpretar de mejor manera los gustos, deseos y preferencias del consumidor de la India por los productos de Colombia, suscitando desde ya un campo de investigación futuro.

La demanda por productos colombianos de la India

Después de realizada una interpretación acerca de los datos de estudio registrados para las exportaciones por industrias, se inició una revisión complementaria sobre la base del estudio por subpartidas arancelarias tomando para el efecto los registros desde la perspectiva de la India, con el objeto de presentar un valor agregado a empresarios y emprendedores interesados en internacionalizarse, de tal forma que sean muchos más quienes estratégicamente dirijan sus esfuerzos hacia nuevos mercados y en especial hacia la India. Para este propósito se tomaron los datos oficiales de la base de datos web denominada: Export Import Data Bank del Departamento de Comercio de la India, oficina adscrita al Ministerio de Comercio e Industria del Gobierno de India. Dichos registros reflejan los flujos de importaciones oficiales de la India, con el fin de garantizar fidelidad por la interpretación de lo importado a la India por nuestro país.

**Tabla No.4 Productos con mayor registro de compras entre 2003 y 2009.**

RÓTULOS DE FILA	DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS SEGÚN LA CLASIFICACIÓN ADUANERA DE LA INDIA.
26020010	Manganeso sup. 46%
28211010	Óxidos de Hierro
30064000	Cemento Dental
76020010	Trozos de Aluminio

RÓTULOS DE FILA	DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS SEGÚN LA CLASIFICACIÓN ADUANERA DE LA INDIA.
44039929	Madera en bruto,
74040012	Trozos de cobre
90212100	Dientes artificiales
29420090	Otros componentes orgánicos
41041900	Cueros y pieles curtidos - Los demás - En estado húmedo
41044900	Cueros y pieles curtidos - Los demás - En estado seco
44034990	Madera en Bruto - Las demás
59021090	Napas tramadas para neumáticos fabricadas con los demás hilados de alta tenacidad
72044900	Los demás desperdicios y desechos (chatarra), de fundición, hierro o acero
74040022	Desperdicios y desechos, de cobre
33021090	Otras mezclas de sustancias odoríferas
38220090	Los demás Reactivos de diagnóstico o de laboratorio
41019090	Los demás Cueros y pieles en bruto
41079900	Cueros preparados después del curtido o del secado
73269099	Las demás de las demás manufacturas de hierro o acero
74031100	Cátodos y secciones de cátodos
84733099	Las demás de las demás partes y accesorios de máquinas y equipos 8469 y 8472
33012990	Otros aceites esenciales
70072190	Cristal inastillable, (templado) o laminado
72121090	Productos laminados planos de hierro o acero sin alear
84715000	Unidades de proceso

Los registros se encuentran a 8 dígitos (Ver Tabla No.4) en la nomenclatura del sistema armonizado de clasificación arancelaria permitiendo así un mayor detalle a la hora de inferir. Para este análisis se tomaron registros de importación del periodo comprendido entre 2003 y 2010 reflejando que los productos más importados de Colombia por parte de la India representan el 1% del total de productos



de la muestra que incluyó 356 subpartidas<sup>20</sup>. Los productos más comprados son: Manganeso sup. 46%, Óxidos de Hierro, Cemento Dental, Trozos de Aluminio. El segundo renglón de los más importados representa un 1% y lo integran: Madera en bruto, Trozos de cobre, Dientes artificiales y al tercer grupo pertenecen, con un 2% del total los siguientes: Otros compuestos orgánicos, Cueros y pieles curtidos - Los demás - En estado húmedo

Cueros y pieles curtidos - Los demás - En estado seco, Madera en Bruto - Las demás, Napas tramadas para neumáticos fabricadas con los demás hilados de alta tenacidad, Los demás desperdicios y desechos (chatarra), de fundición, hierro o acero, Desperdicios y desechos, de cobre. Las otras subpartidas subsiguientes con proporciones diversas no fueron tomadas por no ser continuas y se hace necesario estudiar su relación estacional para determinar planes de mejoramiento en torno a una nueva dinámica que establezca las formas de alejados de los envíos esporádicos lograr embarques continuos basados en planes estratégicos para enfrentar los sobrecostos de la distancia con valor agregado en mercados segmentados de altos ingresos.

## La agenda comercial de Colombia

Desde la participación de Colombia en 1957 en las negociaciones mundiales sobre comercio, motivada en parte por la ola de negociaciones entre naciones a la luz del GATT de 1947 entre quienes participó la India como fundador, pero entre muchas otras causas por el surgimiento y la eventual conformación de bloques comerciales y mercados potenciales, son elementos que impulsan a Colombia hacia una activa participación en los espacios multilaterales de negociación para promover inicialmente sus dos productos principales: Café y petróleo que para la época representaban el 85% de la oferta exportable nacional en una composición de 72% y 13% correspondiente (General Agreement On Tariff and Trade L/3203, 1969), pero que representaban intereses económicos importantes que se observan en el documento presentado por Colombia ante el GATT para lograr su membrecía oficial ante este organismo.

En contexto con la evolución de las agendas comerciales del mundo, Colombia desarrolla su agenda comercial observando de un lado las huellas de sus competidores quienes están asegurando desde ya hace varios años una curva de aprendizaje en los aspectos de la negociación misma, así como en el acceso a recursos y mercados nuevos tanto como para continuar promoviendo su desarrollo no solo

---

20

Ver tabla No.2 con el total de subpartidas que mostraron o evidenciaron haberse comprado por la India desde Colombia.

desde las operaciones de comercio sino con agendas comerciales activas en ámbitos de cooperación y de intereses ya no solo particulares sino mundiales; que llegando cada uno a feliz término, logran con acuerdos firmados una reciprocidad mutua de los beneficios derivados del comercio y la aproximación a la razón teórica de la maximización del bienestar mundial. Dentro de este ejercicio Colombia se involucra en los temas integracionistas y gestiona su ingreso a las discusiones de la ALALC, organización que luego se transforma en la ALADI para trascender en nuevas formas de negociación que incluyen acuerdos de complementación y otras nuevas formas de negociación extendidas desde el GATT y en línea con el desarrollo de oportunidades para debatir sobre la integración latinoamericana y temas de comercio. Sin embargo unir los temas de integración política con los de comercio no han ofrecido en Latinoamérica la dinámica necesaria para la prosperidad soñada en la región y por el contrario se han desarrollado paralelamente nuevos escenarios para discutir acuerdos de negociación comercial al margen de lo político; ante la evidente encrucijada cultural y moral de los gobernantes de la región. Esto se hace más evidente al revisar la agenda con nuestros vecinos, en donde a causa de las divergencias políticas con Venezuela y de tipo diplomático con Ecuador, se puede percibir un despertar; ante el adormecimiento vivido durante décadas, de nuestro espíritu negociador internacional, haciéndole girar de su confortable posición geoestratégica en la esquina de Suramérica hacia su horizonte próximo, es decir hacia nuevos destinos de exportación y en esencia: descubrir nuevas necesidades a satisfacer, colocando al servicio tan privilegiada ubicación geográfica y el talento en evolución de sus jóvenes talentos.

TABLA NO.5

Acuerdos de Integración Económica en curso	Manganeso sup. 46%
Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y los Países Andinos	Óxidos de Hierro
Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con Alemania	Cemento Dental
Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con Francia	Trozos de Aluminio
Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con Japón	
Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con República Dominicana	
Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con India	
Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con Corea del Sur	
Acuerdo Comercial entre Colombia y Corea	
Acuerdo Comercial entre Colombia y Panamá	

Al hacer un recuento sencillo de las negociaciones de Colombia con el mundo, se pueden observar<sup>21</sup> en esencia como la negociación comercial es una herramienta de acceso a recursos y mercados sin que sea esto un reflejo de una dinámica agresiva pero si de una nueva caracterización en intensidad.

Con respecto a las relaciones con India, se observa en la Tabla No.5 en el marco de acuerdos con bloques económicos al que India está suscrita etapas de negociación, en donde se trabajan temas de interés mutuo, pero que indican una mirada de Colombia al mercado asiático como parte de los acuerdos en curso.

En línea con la evolución de la caracterización internacional de Colombia, a la luz del bicentenario de nuestra carta magna en agosto de 2019, en donde se interpreta una coherente dimensión frente a la negociación estratégica para desarrollar sobre su base una agenda coordinada y así responder a los retos de la sociedad del 2019 que con cerca de 100 millones de habitantes; la mayoría en edad adulta, exige de nuestra generación el cumplimiento del deber económico por consolidar nuestra posición negociadora en un contexto cada vez más global e intercultural. La agenda aprobada el 27 de octubre de 2009 por el (CSDE) Consejo Superior de Comercio Exterior, propone iniciar negociaciones con una lista de 20 países en donde por diferentes niveles de segmentación se determina sin priorizar el inicio de acercamientos con alguno en especial, las naciones con las cuales adelantar conversaciones así: Panamá, Japón, Corea del Sur, Comunidad del Golfo, Rusia, República Dominicana, Costa Rica, CARICOM, Australia, Singapur, India, China, Israel, Uruguay, Turquía, Nicaragua, Malasia, Nueva Zelanda, Tailandia y Sudáfrica. Bajo esta prospectiva negociadora, se hace necesario entonces reconocer los antecedentes comerciales logrados a la fecha con cada nación o región del mundo con el objeto de no solo adelantar ejercicios diplomáticos y comerciales hacia dichos destinos sino propiciar el acercamiento empresarial nacional mediante esfuerzos complementados con información relativa de acceso a mercados, su entorno legal, cultural, geográfico, logístico, económico y religioso entre otros elementos que sirvan y se constituyan en elementos de juicio para continuar haciendo esfuerzos empresariales y de carácter emprendedor.

En razón de lo anterior, al revisar la historia de Colombia apoyándose en los anexos de las gráficas referenciadas entre el 1991 y el 2009, se destacan varios hechos derivados del análisis de la balanza comercial de Colombia con la India, que responden al interés de encontrar para nuestro desarrollo económico un mercado que según estudios llegará a ser la segunda potencia mundial para el año 2050, después de China.

## Conclusión

El interés que despierta India entre grandes multinacionales y naciones del mundo trasciende a diferentes niveles de nuestra sociedad. Este resurgir ha de servir de carta de invitación a empresarios y emprendedores de ambas naciones para reconocer sus oportunidades en medio de este nuevo escenario. En el marco de este próximo panorama este artículo presenta a la India; con lenguaje económico sencillo desde una interpretación histórica, económica y comercial de carácter general para inspirar la realización de exploraciones futuras más profundas en los productos<sup>22</sup> de las industrias con evidencias de alto crecimiento encontradas durante la exploración sobre flujos de comercio de estas dos naciones para la realización de este artículo. El aporte de esta investigación se centra en la presentación de varios productos con evidencia de compra en la India y sugiere detallar por producto a partir de investigaciones de marketing acerca de las razones, gustos, deseos y preferencias para productos como: Manganeso, Óxidos de Hierro, Cementos y demás productos de obturación dental y Trozos de aluminio entre otros, con el propósito de segmentar y trabajar estratégicamente su proceso de internacionalización y la de los demás productos señalados en la tabla No.5.

Reconocer desde la evolución comercial y los hábitos de compra, los procesos de comercio tanto para los productos antes mencionados como aquellos ubicados en segundo y tercer nivel de la tabla se constituye en un proceso necesario de diferenciación, sobre la base de la segmentación de mercados para mejorar el direccionamiento de las energías de empresarios y emprendedores y continuar realizando esfuerzos focalizados en nichos de mercado segmentados dentro de una estrategia de internacionalización en el marco de una agenda de negociación sobre los temas que nos unen y avanzar en las negociaciones comerciales de mutuo beneficio al desarrollo común de sectores en crecimiento en ambas naciones.

---

22 Los registros de las subpartidas arancelarias a 8 dígitos, fueron extraídas de los registros obtenidos de las estadísticas propias del Department of Commerce de la India y de la codificación de aranceles del Central Board of Excise and Customs, área adscrita al Ministry of Finance Department of Revenue.

## Bibliografía

Bell, G., Borda, S., Gómez, H. J., Ramírez, S., Reina, M., Reyes, C., y otros. (2010). *Misión de Política Exterior de Colombia*. Bogotá D.C.

Consejo Superior de Comercio Exterior de Colombia. (2009). *Agenda de Negociaciones Comerciales de Colombia: Actualización*. Bogotá D.C.: CSCE - Sesión 86.

Deloitte - FICCI theme paper . (2010). *India and Latin America Business environment and opportunities for collaboration*. Ahmedabad: Deloitte Touche Tohmatsu India Private Limited.

Engardio, P. (2008). *CHINDIA - Cómo China e India están revolucionando los negocios globales*. Mexico D.F.: McGraw-Hill Interamericacna Editores S.A. DE C.V.

Fuentes, G., Restrepo, R., Gálves Valega, A., Silva, F., Chawla, N. B., Narain, S., y otros. (2009). *Colombia e India en Perspectiva*. Bogotá D.C.: Kimpres Ltda.

Martín, K. (2009). *Evolución del Comercio global entre la India y Colombia*. Bogotá D.C.: Trabajo de Grado no publicado, Universidad EAN.

Srivastava, M. (July de 2010). India: Inflation Roars. *Bloomberg Markets* , 16.